



AUSSERORDENTLICHE ZEITEN VERLANGEN AUSSERORDENTLICHE AKTIONEN

Gemäss diesem Motto führte das Wirtschaftsforum Zurzibiet zusammen mit den regionalen Gewerbevereinen, der Bad Zurzach Tourismus AG, der AIHK und dem AGV im Sommer eine grosse Sympathie-Kampagne im Zurzibiet und in den angrenzenden Regionen durch. Jetzt folgt die Fortsetzung mit der Sympathie-Kampagne 2.0.

Anknüpfen an die erfolgreiche Sommer-Kampagne

Die Sommer-Kampagne hatte auf lockere und sympathische Art auf das lokale Gewerbe und seine Dienstleistungen aufmerksam gemacht. Im Fokus standen dabei Konsumentinnen und Konsumenten, die zur Gruppe der Unentschiedenen gehören. Also diejenigen, die bei einem günstigeren Angebot schon einmal online einkaufen oder über die Grenze fahren, aber doch auch lokale Anbieter berücksichtigen.

Der Corona-Lockdown und die Grenzschliessungen von Mitte März bis Mitte Juni 2020 haben uns gezeigt, wie wichtig eine regionale Versorgung mit Dienstleistungen und Produkten ist. Das hat bei vielen Zurzibieterninnen und Zurzibieterinnen zu einem Umdenken und zu grösserer Wertschätzung für das regionale Angebot geführt. Die Sommer-Kampagne mit alltäglichen



Peter Andres
Standortförderer
Wirtschaftsforum Zurzibiet



Mundart-Sprüchen wie «Schön bisch do gsi» auf Plakatwänden, Inseraten, A3-Plakaten in den Geschäften, als E-Mail-Signaturen und auf Social-Media-Kanälen wollte dieses neue Einkaufsbewusstsein explizit unterstützen und fördern. Die Reaktionen darauf haben gezeigt, dass diese Botschaften angekommen sind und die Kampagne erfolgreich war.

Kein Ende der Pandemie in Sicht

Ein Blick in die Geschichtsbücher zeigt, dass weltweite Pandemien nicht in ein paar Wochen oder Monaten vorbei sind. Pandemien sind leider «nachhaltiger». Inzwischen sind wir mitten in der zweiten Welle und wir müssen damit rechnen, dass uns das Coronavirus noch länger begleiten und unsere Aktivitäten behindern wird. Die Wirtschaft leidet unter den Massnahmen, welche zur Bekämpfung der Pandemie erforderlich sind. Mehr denn je ist die Unterstützung des Gewerbes vor Ort notwendig.

«Auch deshalb muss die Sympathie-Kampagne 2.0 nachhaltiger sein», findet der Präsident des Wirtschaftsforums Zurzibiet, René Utiger.

Das Zurzibiet «mittragen»

Auf sympathische Art und Weise soll der Bevölkerung im Zurzibiet nochmals Danke gesagt und zugleich darauf hingewiesen werden, das ortsansässige Gewerbe weiterhin zu unterstützen, also lokal einzukaufen und zu konsumieren. Die Sympathie-Kampagne 2.0 soll im Zurzibiet länger präsent bleiben. Mit den nun vorliegenden hochwertigen Blachentaschen soll dieses Ziel erreicht werden. Die Taschen mit dem Aufdruck «Danke, dass du s'Zurzibiet mittreisch» werden in diesen Tagen über die lokalen Gewerbevereine –

Gewerbeverein Aaretal-Kirchspiel, Gewerbeverein Rheintal-Studenland, Gewerbeverein Surbtal und Gewerbe- und Industrieverein Würenlingen – an Kundinnen und Kunden verteilt.

Die Initianten der Aktion freuen sich, wenn das Zurzibiet von der «grünweissen Welle» erfasst wird und die Konsumentinnen und Konsumenten das Zurzibiet wortwörtlich «mittragen». Die praktische Tasche wird es ihnen in Zukunft ermöglichen, ihre Einkäufe bei den heimischen Detailisten problemlos nach Hause zu tragen.



«Danke, dass du s'Zurzibiet mittreisch» – hochwertige Blachentaschen werden als kleines Dankeschön an die Kundinnen und Kunden verteilt.